

UTILIZAÇÃO DOS INDICADORES FINANCEIROS NA MAIOR EMPRESA DE GAME ATUANTE NO BRASIL: ACTIVISION BLIZZARD

USE OF FINANCIAL INDICATORS IN THE LARGEST GAME COMPANY OPERATING IN BRAZIL: ACTIVISION BLIZZARD

PAULO HENRIQUE VIEIRA GOMES

Doutorando em Contabilidade pela Universidade de Brasília (UNB).
Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC).

NAYANA DE ALMEIDA ADRIANO

Doutoranda em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará – UFC. Mestre em Contabilidade pela Universidade de Brasília (UNB).

ELIANE MACHADO DE SPUZA

Bacharel em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Estácio do Ceará.

RESUMO

A *Activision Blizzard* é a maior empresa de games atuante no Brasil, no qual fatura anualmente milhões de dólares e possui um rendimento positivo em relação a outras empresas da categoria. O atual trabalho analisou o quão saudável financeiramente é a organização, para isso foram calculados os principais indicadores financeiros, sendo aplicado as fórmulas desses índices, no qual mostraram resultados esperados, pelo fato da empresa ter um capital superior as suas obrigações, porém algumas soluções dos indicadores foram imprevisíveis. Foram utilizadas tabelas para que os resultados ficassem mais compreensível. A organização teve um bom desempenho financeiramente, porém foi preciso observar alguns indicadores em especial.

Palavras-chave: Games; Indicadores financeiros; Situação financeira.

ABSTRACT

Activision Blizzard is the largest gaming company operating in Brazil, which earns millions of dollars annually and has a positive income compared to other companies in the category. The current work analyzed how financially healthy the organization is. For this, the main financial indicators were calculated, applying the formulas of these indexes, which showed expected results, as the company has a capital greater than its obligations,





but some solutions of the indicators were unpredictable. Tables were used to make the results more understandable. The organization had a good financial performance, but it was necessary to observe some indicators in particular.

Keywords: Games; Financial indicators; Financial situation.

1 INTRODUÇÃO

O setor de games está em constante evolução, tanto para o lazer das pessoas quanto para o aumento do lucro das empresas. Os jogos existem desde o começo da humanidade, seja em uma pequena brincadeira ou até mesmo uma competição profissional, na qual serve para diversão ou até estimular o raciocínio do cérebro.

Com o aumento da tecnologia, as pessoas buscaram o ramo de games como forma de emprego e renda fixa, por meios de plataformas que auxiliam os jogadores, como por exemplo, Youtube, Twitch, Nimo Tv etc. Um modo arriscado que está sendo utilizado por diversos gamers na atualidade são as partidas apostadas, no qual o indivíduo pode ganhar ou perder capital (HUANG, 2021).

Não só os jogadores lucram como também as empresas que investem nos games, através de propaganda e lucrando por meio de parte da monetização desses jogadores que assinaram contrato. Em suma, essa movimentação entre empresa e jogador alavancam o crescimento econômico do país.

Os números mostram que o setor gera bilhões de reais por ano, sendo um dos principais ramos de entretenimento, ultrapassando setores musicais e de cinemas. A previsão é que esse setor cresça mais nos próximos anos e o público aumente constantemente, além de impulsionar os ganhos das empresas que investem nesse setor.

Dessa forma, este artigo levanta o seguinte problema: a Activision Blizzard possui um desempenho financeiro suficientemente bom? E quais as perspectivas futuras da empresa se continuar com esses números?



O objetivo desse trabalho foi expor os principais resultados dos indicadores financeiros no período de 2017 a 2019, da maior empresa de game que atua no Brasil, a Activision Blizzard, a fim de avaliar a capacidade financeira da companhia para saber quão saudável financeiramente é o negócio.

A categoria de jogos é uma indústria criativa, que proporcionou uma nova abordagem para o setor de games. O conceito de indústria criativa está em processo construtivo.

A Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad), em seu Relatório de Economia Criativa 2010, definiu características sobre as indústrias criativas, como, ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial (BEM; WAISMANN, 2017).

O setor de games tem ganhado espaço na economia brasileira e se tornado fundamental ao desenvolvimento do país. Essa indústria está se tornando cada vez mais complexa e diferenciada. Segundo o site da Universidade Metodista de São Paulo (SUJDIK, 2010) “o mercado de games ultrapassou o de cinema e se tornou a maior indústria de entretenimento do mundo”. E conforme Orrico (2021) o mercado brasileiro de games é quarto maior do mundo, o que aumenta sua significância nesse estudo.

2 CRIATIVIDADE ECONÔMICA: SETOR DE JOGOS

Segundo Zambon e Carvalho (2013), o termo criatividade econômica está ligada a obtenção de uma vantagem competitiva na economia por meio da reconfiguração de uma abordagem tradicional do processo produtivo. O conceito do termo surgiu na



Austrália , no início da década de 1990, porém, foi na Inglaterra que ele ganhou impulso. (BLYTHE, 2001).

Em suma, são um conjunto de negócios que buscam suprir as necessidades econômicas por meio do capital intelectual e criativo, ou seja, é uma forma de criar um produto ou serviço, com um valor embutido, estimulando o desenvolvimento econômico e social (HUANG, 2021).

Essa indústria criativa, onde está incluído o setor de games, possui vantagem no setor econômico, estimulando o aumento de renda, gerando criação de empregos, enquanto promove o desenvolvimento cultural das pessoas.

2.1 O CRESCIMENTO ECONÔMICO DO SETOR DE GAMES NO BRASIL

O Brasil é um dos países que mais cresce economicamente no setor de jogos, onde muitas companhias já notaram essa evolução e começaram a apostar nesse negócio. Um estudo feito pela consultoria Newzoo (2019) mostrou que o mercado de jogos eletrônicos movimenta US\$ 1,5 bilhão por ano no Brasil – ou o dobro de uma década atrás.

Os Estados Unidos lideram o mercado de games mundial, responsável por aproximadamente US\$ 37 bilhões. Em segundo lugar está a China, chegando muito próximo de ultrapassar os EUA, porém houve problemas relacionados à liberação de licenças de novos títulos. O Brasil ocupa o 13º maior mercado de games do mundo, mas, isso deve mudar ao decorrer dos próximos anos, no qual o país deva subir para os 10 primeiros (HUANG, 2021).

No Brasil o número de jogadores já ultrapassa 75,7 milhões - sendo que 83% deles compraram algum item relacionado ao setor em 2018. Segundo o Censo da Indústria Brasileira de Jogos Digitais (IBJD), havia em 2018, 375 empresas desenvolvedoras de





jogos no país. Em 2014, eram 142. A tendência é aumentar no decorrer do tempo (NEWZOO, 2019).

2.2 ACTIVISION BLIZZARD: A MAIOR EMPRESA DE GAMES ATUANTE NO BRASIL

Segundo o relatório divulgado pela Comscore em 2020, a Activision Blizzard, que assina jogos como Candy Crush, Farm Heroes e Call of Duty, é no atual momento a empresa de jogos que mais se destaca no Brasil (ORRICO, 2021).

A Activision Blizzard é uma empresa que está focada na criação e distribuição de jogos eletrônicos. A empresa é uma desenvolvedora de jogos, incluindo consoles de videogame, computadores pessoais (PC) e dispositivos móveis, além de ser editora de conteúdo e serviços de entretenimento interativo. A companhia é resultado da fusão, ocorrida no dia 9 de julho de 2008, da divisão de games da francesa Vivendi com a Activision (HUANG, 2021).

O crescimento dessa companhia no Brasil já movimentava bilhões de reais. Muitos jogadores observaram a oportunidade que a empresa está proporcionando e colocaram em prática. O que seria apenas um jogo, passa a ser responsável pela renda fixa de vários jogadores, que são pagos por plataformas como Nimo Tv, Twitch, Youtube etc, que pagam por gravações de lives e criação de conteúdos de games. Além de alguns jogos, como o Call of Duty, abrir oportunidades para as pessoas realizarem campeonatos pagos.

2.3 OS INDICADORES FINANCEIROS

Os indicadores financeiros buscam evidenciar a situação da empresa quanto a sua liquidez, endividamento, rentabilidade e rotatividade. Esses índices medem o desempenho e o quão saudável ou não, a empresa está. Os indicadores são calculados



através das principais demonstrações financeiras da empresa, que são, o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício e o Demonstrativo do Fluxo de Caixa (MARTINS; MIRANDA & DINIZ, 2020).

O índice de liquidez busca medir a capacidade de pagamento da empresa com as suas obrigações. As informações para o cálculo desse índice são retiradas somente do Balanço Patrimonial que apresenta a posição patrimonial da entidade em determinada data.

De acordo com Almeida (2019) são analisados 4 índices de liquidez:

- Liquidez imediata: revela o quanto a empresa dispõe imediatamente para saldar suas dívidas de curto prazo.

$$\text{Liquidez imediata} = \text{Disponibilidade} / \text{Passivo circulante}$$

- Liquidez corrente: relaciona “quantos reais dispomos, imediatamente disponíveis e conversíveis em curto prazo em dinheiro, com relação à dívidas de curto prazo” (IUDÍCIBUS, 2009).

$$\text{Liquidez corrente} = \text{Ativo circulante} / \text{Passivo circulante}$$

- Liquidez seca: Está relacionado com o índice de liquidez corrente. Elimina-se do cálculo os estoques do valor total do ativo circulante.

$$\text{Liquidez seca} = (\text{Ativo circulante} - \text{Estoques}) / \text{Passivo circulante}$$

- Liquidez geral: Para Marion (2019), o índice de liquidez geral mostra a capacidade de pagamento da entidade a longo prazo, ao considerar tudo o que ela converterá em dinheiro com tudo o que foi assumido como dívida.

$$\text{Liquidez geral} = \text{Ativo total} / \text{Passivo exigível total}$$

O segundo indicador utilizado foi o de endividamento, que mostra o grau do endividamento da empresa. A análise desse indicador mostra se a empresa financia seus ativos com seus recursos próprios ou de terceiros (ALMEIDA, 2019).

Marion (2019) ressalta algumas características desse indicador: organizações que utilizam dívidas para saldar outras dívidas vincendas: como nessa situação não ocorre a geração de recursos para honrar os compromissos assumidos, a entidade irá necessitar recorrer a empréstimos sucessivos, gerando um círculo vicioso, que tornará a empresa



insolvente; uma situação favorável seria de maior participação de dívidas a longo prazo, permitindo que a entidade tenha maior tempo para produzir recursos necessários a liquidação do compromisso – expansão e modernização, por exemplo, são empreendimentos que deverão ser financiados com recursos a longo prazo, já que os resultados desses levam tempo; empréstimos a curto prazo são mais onerosos que os de longo prazo: dívidas concentradas no curto prazo, principalmente composta por empréstimos, normalmente apresentam qualidade ruim.

- Índice participação de terceiros: indica quanto a empresa está endividada com relação a seus recursos totais. Quanto menor, melhor pois menor é quanto a empresa depende do capital de terceiros para manutenção da operação e menor é o nível de despesas financeiras.
- Índice de participação de terceiros= $\text{Passivo exigível total} / (\text{Passivo exigível total} + \text{Patrimônio líquido})$

Participação do exigível a curto prazo no exigível total: indica a relação das dívidas de curto prazo e as dívidas totais. Quanto menor, melhor, pois as dívidas podem ser pagas em um período maior de tempo.

Participação do exigível a curto prazo no exigível total= $\text{Passivo circulante} / \text{Passivo exigível total}$

- Imobilização do patrimônio líquido: indica quanto do ativo permanente é financiado pelo patrimônio líquido da empresa. Quanto menor, melhor, pois é importante que a companhia mantenha um patrimônio líquido suficiente para cobrir permanente, e que haja sobra para suprir seu ativo circulante.

Imobilização do patrimônio líquido= $\text{Ativo permanente} / \text{Patrimônio líquido}$

Outro indicador fundamental para o estudo é o índice de rentabilidade, que busca expor qual a rentabilidade do capital que foi investido. Está ligada aos ganhos adquiridos pela companhia e seus investidores pela aplicação de recursos no negócio (ALMEIDA, 2019).

- Margem de lucro: De acordo com Bruni (2014), a margem líquida é a representação da percentagem de cada unidade monetária que restou,



depois da empresa ter pago seus produtos, as demais despesas e os impostos.

Margem líquida: Lucro líquido / Receita

- Retorno sobre o ativo (ROA): Taxa de retorno gerado pelas aplicações realizada por uma entidade em seus ativos.

$ROA = (\text{Lucro Líquido} / \text{Ativo Total}) \times 100$

- Retorno sobre o Patrimônio líquido (ROE): esse indicador, de acordo com Bruni (2014) vai expressar os resultados globais auferidos pela administração da entidade na gestão de recursos próprios e de terceiros em benefício dos acionistas, indicando o retorno do capital próprio.

$ROE = (\text{Lucro Líquido} / \text{Patrimônio Líquido}) \times 100$

Por fim, tem-se os índices de rotatividade, que analisam os prazos médios de rotação dos componentes do ciclo operacional da companhia e medem a rapidez com que vários itens são convertidos em vendas ou caixa. São úteis na implantação das políticas de crédito e cobrança da empresa (MARTINS; MIRANDA & DINIZ, 2020).

- Rotatividade dos estoques: indica o coeficiente de rotação do estoque e seu giro. Quanto maior, melhor, pois mostra quantas vezes o estoque se renovou por causa das vendas.

Rotatividade dos estoques = Custo dos produtos vendidos / Estoque médio

- Prazo médio de recebimento (PMR): indica o período que a empresa deve aguardar para receber suas vendas a prazo. Quanto menor, melhor, pois mostra quantos dias a empresa espera para receber as vendas.

$PMR = (\text{Contas a Receber} / \text{Receita líquida}) \times \text{Dias do Período (360)}$

- Prazo médio de pagamento (PMP): indica o período que a empresa demora para cessar suas compras a prazo. Quanto maior, melhor, pois mostra quantos dias a empresa espera para pagar as compras.

$PMP = (\text{Pagamento dos Fornecedores} / \text{Valor das Compras}) \times 360$

- Posicionamento relativo: Indica o período que a companhia leva em média para receber suas vendas em comparação ao tempo que leva para pagar suas compras.

$$\text{Posicionamento relativo} = \text{PMP} - \text{PMR}$$

3 METODOLOGIA

Os dados usados foram concedidos através do site da Activision Blizzard que disponibiliza anualmente seus relatórios financeiros. O período analisado foi referente aos anos de 2017 até 2019.

Fez-se uma análise do Balanço Patrimonial e DRE da empresa para facilitar o cálculo dos indicadores financeiros.

Foram utilizados quatro indicadores financeiros, no qual o primeiro foi o índice de liquidez, subdividido em liquidez imediata, liquidez seca, liquidez corrente e liquidez geral.

O segundo indicador é o de endividamento, dividido em índice participação de terceiros, participação do exigível a curto prazo no exigível total e imobilização do patrimônio líquido.

Em seguida foi analisado o índice de rentabilidade, sendo separado em margem de lucro, retorno sobre o ativo (ROA) e retorno sobre o Patrimônio líquido (ROE).

Por fim, foi estudado o índice de rotatividade, sendo calculados, a rotatividade dos estoques, o prazo médio de recebimento, prazo médio de pagamento e o posicionamento relativo.

Para uma maior precisão, os resultados foram analisados de forma individual para cada índice, a fim de expor a saúde financeira da empresa nos anos de 2017 a 2019.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base no Balanço Patrimonial da empresa foi possível calcular o índice de liquidez, conforme é exposto na Tabela 1.



Tabela 01: Índice de Liquidez

Grupo do Indicador	Indicador	2017	2018	2019
Liquidez	Imediata	1,287	1,599	1,988
	Corrente	1,780	2,311	2,502
	Seca	1,767	2,295	2,491
	Geral	2,028	2,753	2,819

Fonte: Elaborada pelos autores (2021)

Analisando o índice de liquidez imediata dos anos de 2017 até 2019, é possível concluir que a empresa possui capital imediato suficiente para arcar com as suas obrigações de curto prazo, pois os resultados foram maiores que 1. A tendência é a empresa se manter evoluindo e conseguir pagar suas obrigações a curto prazo nos próximos anos.

O índice de liquidez corrente obteve resultados maiores que 1 nos anos em análise, significando que a empresa tem capital disponível para uma possível liquidação das obrigações. Para analisar a liquidez seca é preciso saber que quanto maior o indicador mais solvente está a empresa no curto prazo.

Nos anos em questão é possível notar que todos os resultados foram superiores a 1, ou seja, a empresa possui ativos disponíveis, aplicações financeiras e valores a receber suficiente para suprir cada conta de dívida no passivo circulante.

Por fim, o índice de liquidez geral no período de 2017 até 2019, é bem maior que 1, no qual se entende que a empresa possui capital disponível suficiente para arcar com todas as suas obrigações. Em suma, observa-se que a empresa possui bons recursos para suprir suas dívidas e tende a evoluir e melhorar ao decorrer do tempo.

Faz-se necessário o uso do Balanço Patrimonial para calcularmos o índice de endividamento da organização.



Tabela 02 – Índice de Endividamento

Grupo do Indicador	Indicador	2017	2018	2019
Endividamento	Quantidade	0,493	0,363	0,355
	Qualidade	0,398	0,407	0,414
	Imobilização do PL	1,284	1,034	0,980

Fonte: Elaborada pelos autores (2021)

O primeiro indicador estudado foi o índice de participação de terceiros da empresa, onde é possível observar que no decorrer dos anos o índice está em constante queda, isso mostra que a cada ano que passa a empresa não depende tanto de capital de terceiros para a manutenção de suas operações. No decorrer dos anos a tendência do indicador seria continuar decrescendo ou se manter.

O segundo índice mostra que a empresa possui poucas quantidades de tempo para cessar a dívida, o ideal seria o valor diminuir ao decorrer dos anos. Pela situação da empresa ser positiva até o momento, o indicador ainda não se torna preocupante, porém é aconselhável uma atenção para as dívidas no curto prazo em relação ao tempo que possui para efetuar os pagamentos.

Por fim, tem-se a imobilização do patrimônio líquido que mostra que a empresa possui um patrimônio líquido suficiente para cobrir o permanente no ano de 2019. Nos anos de 2017 e 2018, o ativo não circulante da empresa supera o valor do patrimônio líquido, podendo não ser bom. Porém a tendência do indicador ao decorrer do tempo é reduzir cada vez mais, isso é positivo para a empresa.

Tabela 03 – Índice de Rentabilidade

Grupo do Indicador	Indicador	2017	2018	2019
Rentabilidade	ROE	2,885	16,222	11,738



ROA	1,462	10,330	7,574
Margem de Lucro	0,039	0,246	0,232

Fonte: Elaborada pelos autores (2021)

O retorno sobre patrimônio líquido da empresa foi consideravelmente alavancado no decorrer dos anos. Em 2017 a organização teve um resultado abaixo do esperado devido o lucro líquido ter sido menor comparado aos outros anos.

Por esse crescente aumento do índice do ROE nota-se que a empresa é rentável e atraente para o acionista e o investidor, pois é capaz de gerar um maior valor com um menor recurso. O segundo índice analisado foi o retorno sobre os ativos que foi crescendo de forma positiva. Em 2017, é possível verificar um ROA abaixo do esperado, isso se deve ao fato do lucro líquido daquele ano ter sido menor em relação aos demais.

Nos anos de 2018 e 2019 o resultado foi bem superior em comparação a 2017, expondo que a gestão está fazendo uma boa aplicação do capital da organização. Isso é possível ao aplicar em ativos eficientes ao mesmo período em que se mantém custos e despesas controlados.

Outro índice fundamental para a análise é a margem de lucro, no qual a empresa depende de uma série de fatores, entre eles o tipo de atuação. Fazendo um estudo dos dois últimos anos em relação a 2017, indicar que a saúde financeira está fluindo de forma positiva.

Por fim, o último indicador foi de rotatividade que está interligado ao estoque da empresa. Para efetuar o cálculo fez-se necessário a utilização do Balanço Patrimonial e da demonstração do resultado do exercício.

Tabela 04 – Índice de Rotatividade

Grupo do Indicador	Indicador	2017	2018	2019
Rotatividade	Rotatividade do Estoque	26	27	22



PMR	47	50	47
PMP	118	83	116
Posicionamento Relativo	71	34	69

Fonte: Elaborada pelos autores (2021)

O índice de rotatividade do estoque indica que as mercadorias foram renovadas pelo menos uma vez no período avaliado, isso é positivo. A tendência do indicador é continuar se mantendo e não proporcionar problemas futuros para a empresa espera.

O prazo médio de recebimento é bom pois a empresa tem curtos períodos de dias para receber as vendas. Para o cálculo do prazo médio de pagamento fez-se necessário calcular o valor de compras da companhia, dado pela fórmula: Custo da mercadoria vendida – Estoque Final + Estoque Inicial.

O indicador expõe que a empresa possui dias, em um intervalo grande de tempo, para conseguir pagar suas dívidas. Por fim, o posicionamento relativo mostra que a empresa tem um longo tempo para pagar as dívidas em comparação ao recebimento de vendas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo teve como objetivo expor os principais resultados dos indicadores financeiros no período de 2017 a 2019, da maior empresa de game que atua no Brasil, a Activision Blizzard, afim de avaliar a capacidade financeira da companhia para saber quão saudável financeiramente é o negócio.

A partir do primeiro índice foi possível observar que a organização possui uma liquidez bem acima do esperado, ou seja, no curto prazo consegue suprir as suas obrigações e a tendência é se manter ou melhorar ao longo do tempo. A empresa já



possui uma marca renomada e games famosos que acabam lhe rendendo verba para arcar suas dívidas, fora outros métodos de aumentar o capital.

A organização não está endividada nem no período estudado e provavelmente nem nos próximos anos, além de não depender muito de capital de terceiros. Outro ponto que chamou atenção foi o aumento nos anos de 2018 e 2019 do lucro líquido, isso impulsionou o índice de rentabilidade, o tornando melhor. A empresa é bastante atraente para os investidores, seus resultados positivos passam confiança para aplicação de capital em suas ações. Por fim, o período de tempo que recebe suas vendas para o tempo que paga suas obrigações é bom, pois a organização não fica sufocada com suas dívidas.

Em suma, a tendência da empresa financeiramente é evoluir, manter um capital superior em comparação das suas obrigações e continuar chamando atenção de investidores. Para que esse cenário mude deve acontecer algo muito ruim para o setor de games, como ser substituído por outra categoria. Uma proposta interessante é estudar os mesmos indicadores financeiros nessa crise de pandemia do novo covid-19 que provavelmente ajudou a alavancar o setor, pelo fato do público está em casa e consumindo muito mais dos jogos.

REFERÊNCIAS

Activision Blizzard. (2017) **Anual Report**. Disponível em: <https://investor.activision.com/annual-reports>. Acesso em: 12 fev. 2021.

Activision Blizzard. (2018) **Anual Report**. Disponível em: <https://investor.activision.com/annual-reports>. Acesso em: 12 fev. 2021.

Activision Blizzard. (2019) **Anual Report**. Disponível em: <https://investor.activision.com/annual-reports>. Acesso em: 12 fev. 2021.

Alencar, N. (2020) **Estudo revela que o mercado de games alcança 70% da população digital brasileira**. Disponível em: <https://prodview.com.br/2020/07/24/estudo-revela-que-o-mercado-de-games-alcanca-70-da-populacao-digital-brasileira/>. Acesso em: 26 jun. 2021.



Almeida, M. C. (2019). **Análise das Demonstrações Contábeis em IFRS e CPC**. 8.ed. São Paulo: Atlas.

Bem, J. S.; Araujo, M. P.; Waismann, M. (2017) **Inovação, Economia Criativa e Desenvolvimento**: aproximação para a região metropolitana de porto alegre entre 2006 e 2013. *Curitiba: Revista Paranaense de Desenvolvimento*. Disponível em: file:///C:/Users/Vitoria/Desktop/Dialnet-InovacaoEconomiaCriativaEDesenvolvimento-6049587.pdf. Acesso em: 27 jun. 2021.

Blythe, M. (2001). The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries. **Jade**, v.20, n.2, 2001.

Bruni. L. (2014) **A análise contábil e financeira**. 3.ed. São Paulo: Atlas.

Huang, Z. (2021). Analysis on the Market Strategies of the Game Glory of Kings. **Business and Management Research**, v.203. Saint Paul American School (Beijing), China.

Marion, J. C. (2019). **Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial**. 8.ed. São Paulo: Atlas.

Martins, E., Miranda, G. J., & Diniz, J. A. (2020). **Análise didática das demonstrações contábeis**. 3 ed. São Paulo: Atlas.

Newzoo (2019). **Mercados de jogos do Brasil**. Disponível em: <https://newzoo.com/insights/infographics/brazil-games-market-2018/>. Acesso em: 11 nov. 2021.

Orrico, A. (2021). **Mercado brasileiro de games já é o quarto maior do mundo e deve continuar a crescer**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/paywall/login.shtml?https://www1.folha.uol.com.br/tec/2012/10/1165034-mercado-brasileiro-de-games-ja-e-o-quarto-maior-do-mundo-e-deve-continuar-a-crescer.shtml>. Acesso em: 10 nov. 2021.

Sujdik, M. D (2020). **Indústria de games deve faturar US\$ 74 bi em 2021**. Disponível em: <http://www.metodista.br/rroonline/rrjornal/2020/ed.973/industria-de-games-deve-faturar-us-74-bi-em-2020>. Acesso em: 10 nov. 2021.

Zambon, P. S.; Carvalho, J. M. **Reflexões para uma abordagem de games enquanto indústria criativa**. Bauru: XII Sbgames.

